

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Olahraga adalah aktivitas yang menjadi salah satu kebutuhan dasar dalam kehidupan sehari-hari untuk meningkatkan kebugaran. Kegiatan olahraga dapat dilakukan oleh semua kalangan, mulai dari anak-anak hingga lansia. Hal ini menjadikan olahraga sebagai kegiatan yang populer dan mudah berkembang di masyarakat. Olahraga memiliki peran penting dalam kehidupan manusia. Di era informasi dan teknologi, olahraga telah berkembang menjadi komoditas ekonomi dan industri (Indarto et al., 2018). Dengan berkembangnya olahraga di masyarakat, industri olahraga tentu semakin meningkat.

Salah satu bidang usaha yang saat ini mengalami perkembangan sangat pesat adalah pakaian olahraga, yaitu jersey. Jersey adalah kaos yang terbuat dari bahan polyester. Karakteristik bahan ini adalah tidak berpori, mengkilap, dapat menahan panas dan air, sehingga tidak akan terasa basah saat terkena keringat. Hal ini menjadi peluang besar bagi para pengusaha di bidang pakaian olahraga untuk terus mengembangkan usaha mereka.

Salah satu perusahaan produsen jersey yang terkenal di Kota Solo adalah Oliver Apparel. Konveksi ini berdiri sejak 2018 dan banyak berkecimpung di bidang fashion olahraga. Oliver Apparel tidak hanya menjual jersey bola saja, tetapi ada produk seperti jersey sepeda, jersey basket, jersey voly, jersey gamer, trackpants, jaket, kaos kaki, dan tas. Oliver Apparel memiliki 2 cabang toko, yaitu di Karanganyar dan Boyolali.

Oliver Apparel memiliki fokus untuk menjual produk kepada masyarakat umum. Produk Oliver dapat dipesan secara custom ataupun *ready stock*. Semua produk yang Oliver Apparel sediakan memiliki kualitas dan pelayanan terbaik dikelasnya.

Sekarang ini konsumen penggemar jersey memilih suatu produk bukan hanya dilihat dari suatu produk tersebut. Konsumen akan memberikan penilaian sendiri

terhadap produk yang akan dipilih sebelum melakukan atau memutuskan suatu pembelian, oleh karena itu produsen atau pengusaha pakaian olahraga (jersey) perlu memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan demi menunjang penjualan produk.

Dengan kualitas yang baik maka sebuah perusahaan dapat menjalankan perusahaannya dengan baik yakni dapat mengendalikan resiko apa saja yang mungkin akan dialami oleh perusahaan baik masa sekarang maupun di masa yang akan datang. Dalam era kompetisi bisnis yang ketat seperti sekarang, kepuasan konsumen merupakan hal yang utama, konsumen diibaratkan seorang raja yang harus dilayani namun hal ini bukan menyerahkan segala-galanya kepada konsumen. Usaha memuaskan kebutuhan konsumen harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat *win-win solution* yaitu keadaan dimana kedua belah pihak merasa menang dan tidak dirugikan.

Menurut (Sangkay et al., 2022) kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Bisa dipastikan bahwa semua buku teks laris dibidang strategi bisnis, pemasaran, dan perilaku konsumen mengupasnya. Secara umum, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap hasil suatu produk dengan harapannya. Menurut (Tjiptono, 2014) mendefinisikan kepuasan konsumen atau pelanggan sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan dan pemakaiannya.

Kepuasan konsumen salah satunya dapat ditunjang dari pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan sangat penting bagi usaha atau bisnis dalam menyediakan pelayanan yang paling baik bagi masing-masing konsumen pada saat melakukan pembelian. Menurut (Rambat Lupiyoadi, 2013) menjelaskan dimana kualitas layanan merupakan cakupan atas seluruh ciri-ciri serta karakteristik suatu produk maupun jasa terkait mampu atau tidaknya dalam memenuhi kebutuhan yang sudah ditetapkan. Pada dasarnya masing-masing konsumen yang memakai layanan lebih

berekspektasi akan mendapatkan layanan yang memiliki kualitas tinggi. Didukung oleh (Rambat Lupiyoadi, 2013) yaitu kualitas pelayanan merupakan seberapa besar perbedaan antara pelayanan secara nyata dan harapan pembeli atas pelayanan yang diperoleh atau diterima. Kualitas pelayanan bisa diartikan seberapa besar pelayanan yang diberikan konsumen untuk memenuhi harapannya. Artinya bahwa layanan atau jasa yang diperoleh maupun disadari oleh konsumen sebanding dengan harapan mereka yang dengan demikian nilai jasa atau pelayanan dianggap baik serta sesuai dengan kemauan konsumen.

Selain pelayanan yang baik, kepuasan konsumen juga bisa dilihat dari kualitas produk. Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan tersirat (Kotler, 2009).

Kepuasan produk juga ditunjang oleh harga yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut dan promosi yang dilakukan. Menurut (Nirwana, 2012) Harga diterjemahkan sebagai biaya yang dibebankan dari produsen kepada konsumen.

Menurut (Muhammad Fajar Laksana, 2019) dalam (Taufan & Azhari, 2023) Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat dan bertujuan merubah sikap pembeli dari tidak mengenal menjadi mengenal sampai menjadi membeli dan tetap megingat produk tersebut.

Dari uraian di atas, penelitian bermaksud untuk meneliti dari keempat faktor penentu kepuasan konsumen, yaitu kualitas layanan; kualitas produk; harga; dan promosi, faktor apa yang dominan menentukan kepuasan konsumen sehingga dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan untuk dijadikan pertimbangan dalam melakukan strategi pemasaran. Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Penelitian terdahulu terkait kepuasan konsumen terhadap suatu produk telah banyak dilakukan. Akan tetapi, masih sedikit penelitian yang secara khusus membahas faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap pakaian olahraga (jersey).

Pada saat ini penulis menyadari akan pentingnya mengetahui faktor dominan penentu kepuasan konsumen yang digunakan untuk memasarkan produk pakaian olahraga (jersey), misalnya dengan mempertimbangkan promosi, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kemajuan terhadap produsen pakaian olahraga (jersey). Sehingga dapat dijadikan bahan oleh para produsen jersey untuk mengetahui faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang ditulis diatas dan serta literatur yang ada maka peneliti mengambil judul penelitian ini dengan judul “Faktor Dominan Penentu Kepuasan Konsumen Produk Jersey Olahraga”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka identifikasi masalah yang dijadikan bahan penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Terbatasnya penelitian tentang faktor dominan penentu kepuasan konsumen jersey olahraga pada UMKM olahraga di wilayah solo dan sekitarnya
2. Belum adanya pengetahuan perusahaan Oliver terhadap faktor dominan penentu kepuasan konsumen jersey olahraga

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut maka penelitian ini dibatasi pada Faktor Dominan Penentu Kepuasan Konsumen Produk Jersey Olahraga.

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah faktor dominan apa yang menentukan kepuasan konsumen terhadap produk jersey olahraga?

E. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah tersebut maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor dominan yang menentukan kepuasan konsumen terhadap produk jersey olahraga

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan dan tujuan penelitian tersebut maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan acuan untuk penelitian selanjutnya terkait dengan kepuasan kosumen.

2. Secara Praktis

Bagi pelaku bisnis untuk menciptakan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga yang dimiliki sedangkan sebagai pembaca adalah untuk mempelajari kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga dalam pakaian olahraga.